



## Lampiran 1. Instrumen Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### **Pengaruh *Social Media Influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019**

Om Swastiastu

Perkenalkan saya Gusti Ayu Tunince Arianti, NIM 1917051155, mahasiswa semester Program Studi S1 Akuntansi semester 8, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam rangka penyusunan Skripsi, perkenankan saya meminta kesediaan saudara/I untuk mengisi kuesioner yang telah saya buat. Berikut ini pernyataan yang berhubungan dengan Pengaruh *Social Media Influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019. Langkah selanjutnya saudara/i diminta untuk mengisi biodata data dan memberikan jawaban yang sejujurnya untuk mengisi kuesioner ini. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan yaitu sebagai berikut:

- a) Mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2019 yang telah lulus mata kuliah manajemen keuangan dan mata kuliah investasi dan pasar modal
- b) Sudah pernah investasi saham di pasar modal minimal satu kali

Atas kesediaan dan kesungguhan dari teman-teman dalam kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih

Hormat Saya

Gusti Ayu Tunince Arianti

### PETUNJUK PENGISIAN

- a. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan cermat
- b. Jawablah setiap pertanyaan sesuai dengan ilmu yang didapat dan pengalaman yang pernah dirasakan selama menjadi mahasiswa
- c. Semua pernyataan dalam kuesioner wajib dijawab
- d. Data dirahasiakan.

Adapun keterangan pada kolom jawaban yang telah disediakan yaitu sebagai berikut:

STS: Sangat Tidak Setuju

TS: Tidak Setuju

N: Netral

S: Setuju

SS: Sangat Setuju

### IDENTITAS RESPONDEN

a. NAMA : .....

b. NIM : .....

c. PRODI : .....

d. Angkatan

2019

2020

2021

2022



e. Jenis kelamin :

- Perempuan
- Laki-laki

**1. Social Media Influencer**

NO	Pernyataan	Tanggapan				
	<i>Social Media Influencer (X1)</i>	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin memulai berinvestasi saham setelah melihat ada kesamaan diri saya dengan <i>influencer</i> (usia, Pendidikan, gender).					
2	Saya ingin mulai berinvestasi saham di pasar modal setelah melihat kesamaan prinsip hidup dengan <i>influencer</i> (seperti memiliki kebebasan finansial dan <i>passive income</i> )					
3	Saya tertarik untuk berinvestasi saham di pasar modal setelah melihat banyaknya <i>like share</i> serta komentar pada postingan <i>influencer</i> mengenai investasi saham					
4	Unggahan <i>influencer</i> memberikan informasi mengenai cara berinvestasi dan manfaat melakukan investasi di pasar modal					
5	Saya tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal setelah melihat unggahan <i>influencer</i> di sosial media					
6	Setelah melihat unggahan <i>influencer</i> mengenai investasi di pasar modal membuat saya tertarik untuk mencari tahu lebih jauh mengenai investasi					

(Sumber : Utomo, 2022)

## 2. Lingkungan Keluarga

NO	Pernyataan	Tanggapan				
	Lingkungan Keluarga (X2)	SS	S	N	TS	STS
1	Orang tua mengarahkan saya untuk melakukan investasi saham di pasar modal					
2	Orang tua siap memberikan dukungan berupa modal untuk saya berinvestasi di pasar modal					
3	Saya terdorong untuk melakukan investasi di pasar modal setelah melihat keluarga saya yang sukses dalam berinvestasi					

(Sumber : Erika, 2020)

## 3. Efikasi Diri

NO	Pernyataan	Tanggapan				
	Efikasi diri (X3)	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin memperkaya diri tentang seluk beluk berinvestasi di pasar modal dari buku, pengalaman orang lain, dan sumber lain.					
2	Saya yakin akan sukses dalam berinvestasi di pasar modal jika saya berusaha keras					
3	Saya berusaha mengevaluasi setiap aktivitas Investasi untuk menjadi lebih baik.					

(Sumber : Mustofa, 2014)

#### 4. Informasi Produk Investasi

NO	Pernyataan	Tanggapan				
	Informasi Produk Investasi (X4)	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui mengenai keuntungan dalam berinvestasi di pasar modal dengan adanya capital gain dan deviden					
2	Modal awal untuk berinvestasi saham mudah untuk dijangkau oleh mahasiswa dibandingkan produk lain dari pasar modal					
3	Menurut saya investasi saham adalah investasi terbaik yang ada di pasar modal, misalnya dengan menerbitkan stockbit yaitu aplikasi saham online di android.					

(Kotler, 2008)

#### 5. Minat Investasi

NO	Pernyataan	Tanggapan				
	Minat Investasi	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih investasi saham karena saya merasa dengan berinvestasi saham dapat membuat masa depan yang cerah					
2	Saya tertarik berinvestasi saham di pasar modal karena berbagai informasi menarik terkait kelebihan dari investasi saham					
3	Saya senang berinvestasi saham kerana faktor kepercayaan diri					
4	Saya ingin berinvestasi saham di pasar modal karena adanya uang yang menganggur.					

(Sumber : Trisnatio, 2017)

## Lampiran 2 Tabulasi Data dari Jawaban Responden

### 1. *Social Media Influencer*

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	3	18
4	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	4	4	4	24
6	3	5	5	4	4	4	25
7	4	3	5	5	5	4	26
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	4	4	4	5	27
10	3	3	3	4	3	4	20
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	5	5	5	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	3	4	4	5	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	4	4	4	5	5	27
21	4	3	4	4	5	5	25
22	4	3	4	4	5	4	24
23	4	3	4	4	5	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	3	3	3	3	3	18
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	4	4	5	5	27
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	4	4	5	5	28
34	5	4	4	4	5	4	26
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30

38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	5	5	3	5	5	27
40	3	3	4	5	4	4	23
41	5	5	5	5	5	5	30
42	3	3	4	5	4	4	23
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	5	5	26
46	5	5	5	5	5	5	30
47	4	4	4	4	5	4	25
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	5	4	4	5	4	26
50	4	5	4	4	4	5	26
51	3	3	3	3	3	3	18
52	4	4	4	5	4	5	26
53	4	5	5	5	5	5	29
54	5	4	5	4	5	5	28
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	4	5	4	4	4	5	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	5	5	5	4	4	27
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	3	4	5	4	3	4	23
64	4	4	4	4	5	5	26
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	5	4	4	4	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	5	3	24



## 2. Lingkungan Keluarga

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL X2
1	5	5	5	15
2	5	5	5	15
3	3	3	5	11
4	5	5	5	15
5	4	4	4	12
6	5	4	3	12
7	4	4	4	12
8	3	3	4	10
9	4	4	3	11
10	5	4	5	14
11	5	5	5	15
12	4	5	5	14
13	3	3	4	10
14	4	4	5	13
15	3	5	4	12
16	5	5	5	15
17	5	5	5	15
18	3	4	4	11
19	5	5	5	15
20	4	4	4	12
21	4	4	3	11
22	5	5	5	15
23	3	3	4	10
24	4	4	3	11
25	5	5	5	15
26	4	4	2	10
27	4	4	5	13
28	3	4	3	10
29	3	3	3	9
30	4	4	2	10
31	4	4	5	13
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	4	4	4	12
36	5	5	5	15
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15

40	4	3	5	12
41	5	5	5	15
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	3	3	3	9
45	4	3	5	12
46	4	4	4	12
47	4	4	3	11
48	5	5	5	15
49	4	4	3	11
50	4	4	4	12
51	3	3	4	10
52	3	3	3	9
53	4	4	4	12
54	3	3	4	10
55	4	5	5	14
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	3	3	4	10
59	5	5	5	15
60	5	4	4	13
61	5	5	5	15
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	3	4	5	12
65	3	4	5	12
66	4	5	3	12
67	5	4	5	14
68	5	5	4	14

### 3. Efikasi Diri

No Responden	X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL X3
1	5	4	5	14
2	4	4	3	11
3	3	3	4	9
4	5	5	5	15
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	5	5	5	15
8	4	3	3	10

9	4	4	3	11
10	5	4	4	14
11	5	5	5	15
12	5	5	5	15
13	4	4	4	12
14	4	3	4	11
15	5	4	5	14
16	5	5	5	15
17	5	5	5	15
18	5	4	4	13
19	4	3	4	11
20	4	3	3	10
21	3	3	4	10
22	5	5	5	15
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	5	4	4	13
26	4	4	4	12
27	5	5	5	15
28	5	4	5	14
29	3	3	3	9
30	5	5	5	12
31	5	5	4	14
32	5	5	5	15
33	3	3	3	10
34	4	4	5	13
35	4	4	4	12
36	5	5	4	14
37	5	5	5	15
38	4	4	5	13
39	5	4	5	14
40	4	3	3	10
41	4	4	5	13
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	3	3	3	10
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	4	4	4	12
48	5	5	5	15
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15
51	3	3	3	9

52	5	4	4	13
53	4	3	3	10
54	5	4	5	14
55	4	5	4	13
56	5	5	4	14
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	4	4	3	11
60	5	5	4	14
61	4	5	5	14
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	5	4	5	14
68	5	5	4	14

#### 4. Informasi Produk

No Responden	X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL X4
1	5	5	5	15
2	5	5	4	14
3	3	3	3	9
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	3	11
8	3	3	3	9
9	4	4	4	12
10	4	3	3	10
11	5	5	5	15
12	5	5	5	15
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	5	5	4	14
17	5	4	4	13
18	4	3	3	10
19	5	4	4	13
20	4	5	5	14

21	4	4	3	11
22	4	3	3	10
23	4	4	4	12
24	5	4	4	13
25	5	5	5	15
26	4	4	4	12
27	5	5	5	15
28	4	4	3	11
29	3	3	3	9
30	4	3	4	11
31	4	5	5	14
32	4	4	5	13
33	4	4	4	12
34	5	4	4	13
35	4	4	4	12
36	4	3	3	10
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	5	5	4	14
48	5	5	5	15
49	4	5	5	14
50	4	4	3	11
51	3	3	3	9
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	3	3	3	9
55	5	4	4	13
56	5	5	5	15
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	4	3	3	10
60	4	4	4	12
61	5	5	5	15
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12

64	4	4	4	12
65	5	5	5	15
66	4	4	4	12
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15

## 5. Minat Investasi

No Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL Y
1	5	5	4	4	18
2	4	5	4	4	17
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	3	3	14
8	4	4	3	3	14
9	4	3	3	4	14
10	4	4	4	3	15
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	4	19
15	4	5	5	5	19
16	3	4	4	4	15
17	4	5	4	4	17
18	4	4	4	4	16
19	5	4	5	5	19
20	5	4	4	4	17
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	4	4	4	15
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	3	15
27	4	5	5	5	19
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	3	12
30	4	4	4	3	15
31	4	5	5	4	18
32	5	5	5	5	20

33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	5	18
35	4	4	4	4	16
36	4	4	5	5	18
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	5	5	4	18
40	3	4	3	3	13
41	4	5	5	4	18
42	4	4	4	4	16
43	4	5	4	5	18
44	3	3	3	3	12
45	4	4	4	4	16
46	4	5	5	4	18
47	4	4	4	3	15
48	5	5	5	5	20
49	3	4	4	4	15
50	4	4	4	4	16
51	2	3	2	2	9
52	4	4	4	3	15
53	4	4	4	4	16
54	4	5	5	4	18
55	5	4	4	4	17
56	5	5	5	4	19
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	3	15
60	4	5	4	5	18
61	5	5	5	5	20
62	4	5	4	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	4	5	5	5	19
66	3	4	4	4	15
67	4	5	5	4	18
68	5	5	5	4	19

### Lampiran. 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Social Media Influencer	68	18	30	26,76	3,292
Lingkungan Keluarga	68	9	15	12,69	1,972
Efikasi Diri	68	9	15	12,66	1,759
Informasi Produk	68	9	15	12,60	1,886
Minat Investasi	68	9	20	16,68	2,188
Valid N (listwise)	68				

### Lampiran. 2 Hasil Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

#### 1. Social Media Influencer

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total _X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,702**	,619**	,622**	,758**	,748**	,891**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
X1.2	Pearson Correlation	,702**	1	,662**	,509**	,471**	,680**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
X1.3	Pearson Correlation	,619**	,662**	1	,741**	,606**	,644**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
X1.4	Pearson Correlation	,622**	,509**	,741**	1	,561**	,632**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
X1.5	Pearson Correlation	,758**	,471**	,606**	,561**	1	,672**	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
X1.6	Pearson Correlation	,748**	,680**	,644**	,632**	,672**	1	,868**
	Sig. (2-tailed)							
	N	68	68	68	68	68	68	68



	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
Total_X1	Pearson Correlation	,891**	,817**	,845**	,798**	,804**	,868**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68	68	68	68

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	6

## 2. Lingkungan Keluarga

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,778**	,473**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68
X2.2	Pearson Correlation	,778**	1	,456**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
X2.3	Pearson Correlation	,473**	,456**	1	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68
Total_X2	Pearson Correlation	,881**	,869**	,781**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	3

### 3. Efikasi Diri

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,737**	,649**	,875**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68
X3.2	Pearson Correlation	,737**	1	,662**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
X3.3	Pearson Correlation	,649**	,662**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68
Total_X3	Pearson Correlation	,875**	,875**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	3



### 4. Informasi Produk

#### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,774**	,700**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68
X4.2	Pearson Correlation	,774**	1	,858**	,955**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
X4.3	Pearson Correlation	,700**	,858**	1	,932**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68
Total_X4	Pearson Correlation	,881**	,955**	,932**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	3

### 5. Minat Investasi

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,582**	,643**	,561**	,807**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68
Y2	Pearson Correlation	,582**	1	,773**	,603**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68
Y3	Pearson Correlation	,643**	,773**	1	,738**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68	68
Y4	Pearson Correlation	,561**	,603**	,738**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68	68
Total_Y	Pearson Correlation	,807**	,853**	,921**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68	68

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	4



## Lampiran 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,31742568
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,089
	Negative	-,081
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,296	1,584		,187	,853		
	Social Media Influencer (X1)	,200	,060	,300	3,298	,002	,694	1,440
	Lingkungan Keluarga (X2)	,281	,103	,253	2,742	,008	,674	1,484
	Efikasi Diri (X3)	,325	,113	,261	2,880	,005	,699	1,431
	Informasi Produk (X4)	,266	,109	,230	2,448	,017	,654	1,528

a. Dependent Variable: Minat investasi

### 3. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,650	,985		2,690	,009
	Social Media Influencer	-,036	,038	-,140	-,956	,343
	Lingkungan Keluarga	,048	,064	,112	,753	,454
	Efikasi Diri	-,056	,070	-,117	-,803	,425
	Informasi Produk	-,046	,068	-,103	-,679	,499

a. Dependent Variable: Abs\_Res



## Lampiran. 6 Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,296	1,584		,187	,853
	Social Media Influencer	,200	,060	,300	3,298	,002
	Lingkungan Keluarga	,281	,103	,253	2,742	,008
	Efikasi Diri	,325	,113	,261	2,880	,005
	Informasi produk	,266	,109	,230	2,448	,017

a. Dependent Variable: Minat Investasi

### 2. Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,596	4	51,149	27,711	,000 <sup>b</sup>
	Residual	116,286	63	1,846		
	Total	320,882	67			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Informasi produk, Efikasi Diri, Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,799 <sup>a</sup>	,638	,615	1,359

a. Predictors: (Constant), Informasi produk, Efikasi Diri, Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga